

4. Российская ассоциация венчурного инвестирования. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.rvsa.ru. - Дата доступа: 03.09.2014.

5. Дараева, Ю.А. Управление финансами / Ю.А. Дараева. - Москва: ЭКСМО, 2008. - 22 с.

ИННОВАЦИИ КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ДИНАМИЧНО РАЗВИВАЮЩЕГОСЯ БИЗНЕСА

О.В. Гашева

Полоцкий государственный университет, г. Новополоцк, Беларусь

В современных реалиях инновации играют определяющую роль в развитии бизнеса страны с рыночными условиями хозяйствования. Сущность инноваций и их роль в экономике стран раскрывается в трудах как отечественных, так и зарубежных ученых. Одним из фундаментальных исследований инноваций и сегодня являются труды Й. Шумпетера. Согласно научным разработкам Й. Шумпетера экономическая динамика страны основана на распространении нововведений в различных сферах хозяйственной жизни. Результатом инноваций является влияние на экономические процессы или непосредственно на продукцию [2]. В соответствии с международными стандартами, принятыми в Осло в 1992 г., инновация - это конечный результат деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам. Инновацию сегодня необходимо рассматривать как фактор успеха фирмы на рынке, то есть как одно из важнейших конкурентных преимуществ современного бизнеса. Инновации имеют широкую классификацию в зависимости от выделенных критериев. Природа инновационной концепции позволяет классифицировать инновации на технологические и организационные. В зависимости от происхождения различают инновации, вызванные спросом и инновации, вызванные НТП. Российскими учеными из научно-исследовательского института системных исследований предложена расширенная классификация инноваций с учетом сфер деятельности предприятий, в которой выделены инновации: технологические, производственные, экономические, торговые, социальные, управленческие. А. Пригожин классифицировал инновации по распространенности, месту в производственном цикле, преемственности, охвату, инновационному потенциалу и степени новизны. Интересное инновационное наблюдение было сделано Н.Кондратьевым. Он указал на наличие взаимосвязи «длинных волн» с техническим развитием производства, привлекая к анализу данные о научно-технических открытиях, показывая волнообразный характер их динамики. Н. Кондратьев показал, что нововведения распределяются по времени неравномерно, появляясь группами. Согласно работам М. Портера фирмы добиваются конкурентного преимущества посредством новаторства [1]. Некоторые новшества создают конкурентные преимущества благодаря осознанию совершенно новых возможностей, открывающихся на рынке, или благодаря обслуживанию какого-либо сегмента рынка, который иг-

норируется другими фирмами. В тех случаях, когда конкуренты не спешат отреагировать на это, такое новшество приносит фирме конкурентное преимущество. К примеру, в таких отраслях, как автомобильная промышленность и производство домашней электроники, японские компании первоначально добивались преимущества, делая ставку на производство меньших по размерам, более компактных и менее мощных моделей. Таким образом, эффективный бизнес формирует свое конкурентное преимущество на основе новаторства, которое является определяющим фактором лидерства в конкурентной среде.

ЛИТЕРАТУРА

1. Портер, М. Е. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М.Е. Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры). пер.с англ.– М.: Прогресс, 1982.– 455 с.

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К АКТИВИЗАЦИИ МЕБЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В XXI В.

О.Н. Гапоненко

Белорусский государственный экономический университет, г. Минск, Беларусь

«Ловите перемены за руку, или они схватят вас за горло». Это краткое утверждение Уинстона Черчилля подчеркивает необходимость понимания и принятия перемен даже сегодня. Что могут предпринять сегодня или в будущем производители мебели и маркетологи, чтобы «словить перемены за руку»?

Можно с уверенностью утверждать, что самый важный источник перемен в мебельном производстве, как и во многих других областях на сегодняшний день - это возможность для поставщиков, производителей, дистрибьюторов и покупателей отправлять и получать информацию мгновенно, повсеместно и по очень низкой стоимости. Так, информация сейчас широко доступна в реальном времени и по низкой стоимости, поэтому производители, продавцы и покупатели мебели могут ее хранить, иметь доступ и использовать в стратегических целях на постоянной основе.

У новых информационных технологий есть потенциал значительно изменить мебельное производство и маркетинг. Эти технологии, например, способствуют глобализации рынков, и во многих частях мира они могут привести к важному сдвигу рыночной власти к потребителям. Можно проанализировать, какие тренды будут влиять на успех компаний, занимающихся мебельным производством и маркетингом, так как они буквально «ловят перемены за руку» в XXI веке.

1. На глобально конкурентных рынках мебели смогут выжить компании-инноваторы.

Глобализация - это процесс снижения барьеров между странами и содействия более тесным экономическим, политическим и социальным взаимодействиям. В долгосрочной перспективе глобализация предполагает уменьшение важно-